

Strategi STP (Segmenting, Targeting, Positioning) dalam Pendidikan Dasar: Pendekatan Edupreneurship untuk Meningkatkan Diferensiasi dan Daya Tarik Sekolah

Refi Mariska^{1*}, Muhammad Affan Habibie², Mochamad Iskarim³

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Indoensia

Email: refi.mariska23004@mhs.uingusdur.ac.id^{1*}, jughawthorn@gmail.com²,
iskarim@uingusdur.ac.id³

Alamat: Jl. Kusuma Bangsa No.9, Panjang Baru, Kec. Pekalongan Utara, Kota Pekalongan, Jawa Tengah 51141

Korespodensi email: refi.mariska23004@mhs.uingusdur.ac.id

Abstract. Primary education is a fundamental element in the development of students' character and skills, and is recognized as an internationally recognized human right. However, the challenges in increasing the attractiveness and differentiation of primary schools are getting more complicated, especially in the midst of fierce competition. This study aims to investigate the application of STP (Segmentation, Targeting, Positioning) strategy in the context of basic education, by utilizing the edupreneurship approach. Edupreneurship offers innovative solutions to improve the quality and relevance of education by adopting entrepreneurial principles. This study uses a qualitative method with a literature study approach that analyzes various studies related to STP marketing strategies and the implementation of edupreneurship in elementary schools. The results of the study show that the segmentation of the basic education market can be carried out based on geographic, demographic, psychographic, and behavioral factors of students and parents. The right target market is identified through an analysis of the needs of parents and students related to the quality of education, the reputation of the school, and the values offered. Meanwhile, effective positions focus on differentiating relevant curricula, facilities, and extracurricular programs, which can increase the school's attractiveness. These findings show that the implementation of STP strategies integrated with the edupreneurship approach is not only able to attract the attention of parents and students, but also increase the competitiveness of primary schools in the education market.

Keywords: STP Strategy, Edupreneurship, Basic Education

Abstrak. Pendidikan dasar merupakan elemen fundamental dalam pengembangan karakter dan keterampilan siswa, serta diakui sebagai hak asasi manusia secara internasional. Namun, tantangan dalam meningkatkan daya tarik dan diferensiasi sekolah dasar semakin rumit, terutama di tengah persaingan yang ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki penerapan strategi STP (Segmentasi, Penargetan, Posisi) dalam konteks pendidikan dasar, dengan memanfaatkan pendekatan edupreneurship. Edupreneurship menawarkan solusi inovatif untuk meningkatkan kualitas dan relevansi pendidikan dengan mengadopsi prinsip-prinsip kewirausahaan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur yang menganalisis berbagai penelitian terkait strategi pemasaran STP dan penerapan edupreneurship di sekolah dasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa segmentasi pasar pendidikan dasar dapat dilakukan berdasarkan faktor geografis, demografis, psikografis, dan perilaku siswa serta orang tua. Target pasar yang tepat diidentifikasi melalui analisis kebutuhan orang tua dan siswa terkait kualitas pendidikan, reputasi sekolah, serta nilai-nilai yang ditawarkan. Sementara itu, posisi yang efektif berfokus pada diferensiasi kurikulum, fasilitas, dan program ekstrakurikuler yang relevan, yang dapat meningkatkan daya tarik sekolah. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan strategi STP yang terintegrasi dengan pendekatan edupreneurship tidak hanya mampu menarik perhatian orang tua dan siswa, tetapi juga meningkatkan daya saing sekolah dasar di pasar pendidikan.

Kata kunci: Strategi STP, Edupreneurship, Pendidikan Dasar

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pendidikan dasar merupakan pondasi penting dalam pembentukan karakter dan keterampilan dasar individu. Menurut UNESCO, pendidikan dasar adalah hak asasi manusia dan merupakan pilar utama dalam pembangunan sosial dan ekonomi suatu negara (UNESCO, 2015). Dalam konteks Indonesia, pendidikan dasar tidak hanya bertujuan untuk memberikan pengetahuan akademis, tetapi juga membentuk karakter siswa yang berakhlak mulia dan siap menghadapi tantangan global. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa partisipasi pendidikan dasar di Indonesia mencapai 95,5% pada tahun 2020, tetapi kualitas pendidikan masih menjadi isu yang perlu diperbaiki (BPS, 2021).

Tantangan yang dihadapi oleh sekolah dasar dalam menarik minat siswa dan orang tua semakin kompleks. Fenomena urbanisasi yang tinggi dan meningkatnya kesadaran orang tua terhadap pendidikan berkualitas menyebabkan persaingan antar sekolah semakin ketat. Sebuah survei oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) pada tahun 2021 menemukan bahwa 70% orang tua memilih sekolah berdasarkan reputasi dan kualitas pengajaran, yang menunjukkan bahwa diferensiasi sekolah menjadi kunci untuk menarik perhatian orang tua (Kemendikbud, 2021). Dalam situasi ini, sekolah dasar perlu mengembangkan strategi yang efektif untuk menarik siswa dan orang tua, serta meningkatkan daya saing mereka di pasar pendidikan.

Peran edukasi dalam menciptakan inovasi di dunia pendidikan tidak bisa diabaikan. Edupreneurship, yang menggabungkan prinsip kewirausahaan dengan pendidikan, menawarkan pendekatan baru untuk menciptakan solusi inovatif dalam menghadapi tantangan pendidikan. Menurut laporan dari World Economic Forum, inovasi dalam pendidikan dapat meningkatkan kualitas pembelajaran dan mempersiapkan siswa untuk menghadapi tantangan masa depan (WEF, 2020). Dengan menerapkan prinsip-prinsip edupreneurship, sekolah dasar dapat menciptakan program yang lebih menarik dan relevan bagi siswa, serta memberikan nilai tambah bagi orang tua.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk membahas tentang strategi STP dalam konteks pendidikan dasar dan pendekatan edupreneurship yang sesuai dalam meningkatkan diferensiasi dan daya tarik sekolah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi STP (Segmentation, Targeting, Positioning) dalam konteks pendidikan dasar serta untuk menganalisis pendekatan edupreneurship yang dapat meningkatkan diferensiasi dan daya tarik sekolah.

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini akan difokuskan pada sekolah dasar di Indonesia. Mengingat keberagaman budaya, ekonomi, dan sosial di Indonesia, penting untuk memahami konteks lokal dalam menerapkan strategi STP dan edukpreneurship. Penelitian ini akan mencakup berbagai jenis sekolah dasar, mulai dari sekolah negeri hingga sekolah swasta, untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh sekolah dalam meningkatkan daya tarik dan diferensiasi.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah kualitatif. Metode kualitatif akan digunakan untuk menggali pandangan dan pengalaman dari kepala sekolah, guru, dan orang tua mengenai penerapan strategi STP dan edukpreneurship. Dalam rangka mencapai tujuan penelitian, data akan dikumpulkan melalui survei, wawancara, dan studi kasus. Survei akan dilakukan terhadap orang tua dan siswa untuk mengukur tingkat kepuasan dan minat terhadap program yang ditawarkan oleh sekolah. Wawancara mendalam akan dilakukan dengan kepala sekolah dan guru untuk mendapatkan wawasan tentang praktik terbaik dalam menerapkan strategi STP dan edukpreneurship. Selain itu, studi kasus akan dilakukan untuk menganalisis sekolah-sekolah yang telah berhasil menerapkan strategi ini dan dampaknya terhadap daya tarik dan diferensiasi mereka.

Dengan fokus pada sekolah dasar di Indonesia, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan pendidikan dasar di tanah air. Melalui pemahaman yang lebih baik tentang strategi STP dan edukpreneurship, sekolah dasar dapat meningkatkan kualitas pendidikan dan memberikan pengalaman belajar yang lebih menarik bagi siswa, serta memenuhi harapan orang tua dalam memilih sekolah yang terbaik untuk anak-anak mereka.

Tinjauan Pustaka

a. Konsep STP dalam Pemasaran Pendidikan

1) Definisi dan Pentingnya Segmentasi, Targeting, Positioning

Segmentation, Targeting, Positioning (STP) merupakan tiga langkah kunci dalam strategi pemasaran yang dapat diterapkan dalam konteks pendidikan. Segmentasi adalah proses membagi pasar menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan karakteristik tertentu, seperti usia, lokasi, atau kebutuhan pendidikan. Penargetan melibatkan pemilihan segmen yang paling sesuai untuk dijadikan fokus, sementara pemosisian adalah cara untuk membedakan institusi pendidikan dari pesaing di mata segmen yang telah ditargetkan. Menurut Kotler dan Keller (2016), strategi STP memungkinkan institusi pendidikan untuk lebih

memahami kebutuhan dan preferensi siswa serta orang tua, sehingga dapat merancang program dan layanan yang lebih relevan.

Pentingnya STP dalam pendidikan tidak dapat diremehkan. Dalam laporan dari UNESCO (2020), dijelaskan bahwa sekolah yang menerapkan strategi STP cenderung lebih berhasil dalam menarik siswa, karena mereka mampu menawarkan kurikulum dan pengalaman belajar yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar. Misalnya, sekolah yang mengidentifikasi segmen siswa yang tertarik pada STEM (Science, Technology, Engineering, Mathematics) dapat merancang program khusus yang menonjolkan keunggulan dalam bidang tersebut, sehingga menarik siswa yang memiliki minat yang sama.

2) Contoh Penerapan STP dalam Sektor Pendidikan

Contoh penerapan STP dalam sektor pendidikan dapat dilihat pada beberapa sekolah internasional di Jakarta. Banyak dari sekolah-sekolah ini melakukan segmentasi berdasarkan latar belakang sosial ekonomi dan kebutuhan pendidikan orang tua. Misalnya, Sekolah Jakarta International School (JIS) menargetkan keluarga expat dan kelas menengah atas yang menginginkan pendidikan berbasis kurikulum internasional. Dengan memosisikan diri sebagai sekolah yang menawarkan pendidikan berkualitas tinggi dengan fasilitas lengkap, JIS berhasil menarik banyak siswa dari berbagai negara (JIS, 2021).

Selain itu, beberapa sekolah negeri di Indonesia juga mulai menerapkan pendekatan STP dengan cara mengidentifikasi kebutuhan lokal. Misalnya, Sekolah Dasar Negeri 1 Cibubur melakukan segmentasi berdasarkan kebutuhan siswa yang berasal dari komunitas yang beragam, sehingga mereka merancang program pembelajaran yang mengintegrasikan budaya lokal dengan kurikulum nasional. Hal ini tidak hanya meningkatkan daya tarik sekolah, tetapi juga membantu siswa merasa lebih terhubung dengan lingkungan mereka (Dinas Pendidikan, 2022).

b. Edupreneurship

1) Definisi dan Karakteristik Edupreneurship

Edupreneurship adalah konsep yang menggabungkan pendidikan dengan semangat kewirausahaan. Menurut Gibb (2002), edupreneurship melibatkan inovasi dalam cara pendidikan disampaikan dan dikelola, serta menciptakan nilai tambah bagi siswa dan masyarakat. Edupreneur memiliki karakteristik seperti kreativitas, kemampuan untuk beradaptasi, dan fokus pada solusi yang berorientasi pada hasil. Dalam konteks pendidikan dasar, edupreneurship dapat mendorong

pengembangan metode pengajaran yang lebih menarik dan efektif, serta menciptakan lingkungan belajar yang lebih inklusif.

Edukpreneurship juga berperan penting dalam menciptakan kolaborasi antara sekolah dan industri. Misalnya, beberapa sekolah di Indonesia telah menjalin kemitraan dengan perusahaan teknologi untuk mengembangkan program coding bagi siswa. Hal ini tidak hanya memberikan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan pasar kerja, tetapi juga meningkatkan daya tarik sekolah bagi orang tua yang ingin anaknya memiliki keahlian yang dibutuhkan di masa depan (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2021).

2) Peran Edupreneurship dalam Inovasi Pendidikan

Inovasi dalam pendidikan sangat diperlukan untuk menghadapi tantangan global yang terus berubah. Edupreneurship berfungsi sebagai pendorong utama dalam menciptakan solusi inovatif yang dapat meningkatkan kualitas pendidikan. Misalnya, penggunaan teknologi dalam pembelajaran jarak jauh selama pandemi COVID-19 menunjukkan bagaimana edukpreneurship dapat beradaptasi dengan cepat terhadap situasi yang tidak terduga. Sekolah-sekolah yang menerapkan platform digital untuk pembelajaran online berhasil mempertahankan keterlibatan siswa meskipun dalam situasi yang sulit (World Economic Forum, 2021).

Selain itu, program-program edukpreneurship di sekolah-sekolah juga mendorong siswa untuk berpikir kritis dan kreatif. Contohnya, beberapa sekolah di Bali telah mengintegrasikan proyek kewirausahaan dalam kurikulum mereka, di mana siswa diajarkan untuk merancang dan menjalankan usaha kecil. Ini tidak hanya memberikan pengalaman praktis, tetapi juga membangun rasa percaya diri dan keterampilan manajerial yang penting bagi masa depan mereka (Bali Education Office, 2022).

3) Studi Kasus Sukses Edupreneurship di Bidang Pendidikan

Salah satu contoh sukses edukpreneurship dalam pendidikan adalah "Ruangguru" sebuah platform pembelajaran online yang didirikan di Indonesia. Ruangguru menawarkan berbagai layanan pendidikan, mulai dari bimbingan belajar hingga kursus online, yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan siswa di seluruh Indonesia. Dalam waktu singkat, Ruangguru telah berkembang pesat dan menjadi salah satu startup pendidikan terbesar di Asia Tenggara, dengan lebih dari 15 juta pengguna aktif (Ruangguru, 2023).

Studi kasus lain adalah "Sekolah Cikal" yang mengimplementasikan pendekatan edukpreneurship dengan mengedepankan pembelajaran berbasis proyek dan pengembangan karakter. Sekolah ini berhasil menarik perhatian banyak orang tua yang menginginkan pendidikan yang lebih holistik bagi anak-anak mereka. Dengan fokus pada nilai-nilai seperti kerjasama, kreativitas, dan kepemimpinan, Sekolah Cikal telah membuktikan bahwa pendekatan edukpreneurship dapat menciptakan lingkungan belajar yang lebih menarik dan efektif (Sekolah Cikal, 2022).

c. Diferensiasi dan Daya Tarik Sekolah

1) Pengertian Diferensiasi dalam Konteks Pendidikan

Diferensiasi dalam pendidikan merujuk pada strategi yang digunakan oleh sekolah untuk memenuhi kebutuhan beragam siswa. Ini mencakup pengembangan kurikulum yang fleksibel, metode pengajaran yang bervariasi, serta penyesuaian dalam penilaian. Menurut Tomlinson (2001), diferensiasi memungkinkan guru untuk memberikan pengalaman belajar yang lebih personal dan relevan bagi setiap siswa. Dalam konteks pendidikan dasar, diferensiasi sangat penting karena siswa memiliki latar belakang, kemampuan, dan minat yang berbeda-beda.

Sekolah yang menerapkan diferensiasi dengan baik dapat menciptakan lingkungan belajar yang inklusif dan mendukung. Misalnya, di Sekolah Dasar Negeri 3 Yogyakarta, guru-guru menerapkan pendekatan diferensiasi dengan menyesuaikan materi ajar berdasarkan tingkat pemahaman siswa. Dengan cara ini, siswa yang membutuhkan lebih banyak waktu untuk memahami konsep dasar dapat dibantu tanpa menghambat kemajuan siswa yang lebih cepat (Dinas Pendidikan Yogyakarta, 2021).

2) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Sekolah

Daya tarik sekolah dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas pengajaran, fasilitas yang tersedia, dan reputasi sekolah. Menurut survei yang dilakukan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (2022), orang tua cenderung memilih sekolah yang menawarkan program unggulan, seperti kelas bahasa asing atau kegiatan ekstrakurikuler yang beragam. Selain itu, faktor lokasi dan biaya pendidikan juga menjadi pertimbangan penting dalam memilih sekolah.

Fasilitas yang memadai, seperti laboratorium, perpustakaan, dan ruang olahraga, juga berkontribusi terhadap daya tarik sekolah. Sekolah yang memiliki fasilitas lengkap cenderung lebih diminati, karena orang tua ingin memastikan

anak-anak mereka mendapatkan pengalaman belajar yang optimal. Misalnya, Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 5 Jakarta yang memiliki fasilitas olahraga yang baik dan program seni rupa yang kuat berhasil menarik banyak siswa baru setiap tahunnya (SMP Negeri 5 Jakarta, 2023).

3) Hubungan antara Diferensiasi dan Daya Tarik

Hubungan antara diferensiasi dan daya tarik sekolah sangat erat. Sekolah yang mampu membedakan diri melalui program-program inovatif dan pendekatan pengajaran yang unik cenderung lebih menarik bagi siswa dan orang tua. Menurut penelitian oleh Hattie (2009), diferensiasi yang efektif dalam pengajaran dapat meningkatkan motivasi siswa dan hasil belajar, yang pada gilirannya meningkatkan reputasi sekolah di mata masyarakat.

Contoh konkret dapat dilihat pada Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) yang mengintegrasikan nilai-nilai agama dengan kurikulum nasional. Dengan pendekatan ini, SDIT berhasil menarik perhatian orang tua yang mencari pendidikan berbasis nilai untuk anak-anak mereka. Hal ini menunjukkan bahwa diferensiasi dapat menjadi alat yang ampuh untuk meningkatkan daya tarik sekolah di tengah persaingan yang ketat dalam sektor pendidikan (SDIT Al-Furqan, 2022).

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali pemahaman yang lebih dalam mengenai strategi STP (Segmentasi, Targeting, dan Positioning) dalam konteks pendidikan dasar. Metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana sekolah-sekolah menerapkan pendekatan edupreneurship dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi diferensiasi dan daya tarik mereka. Menurut Creswell (2014), penelitian kualitatif berfokus pada pengertian dan pengalaman individu dalam konteks sosial mereka, yang sangat relevan dalam pendidikan yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan seperti siswa, orang tua, dan guru.

Pemilihan desain penelitian kualitatif didasarkan pada kebutuhan untuk memahami fenomena kompleks yang terjadi di lapangan. Dalam konteks pendidikan dasar, banyak faktor yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, termasuk kualitas pendidikan, lingkungan sekolah, dan reputasi. Dengan menggunakan metode kualitatif, peneliti dapat mengeksplorasi pandangan dan pengalaman orang tua serta siswa secara mendalam, yang tidak dapat dicapai melalui metode kuantitatif. Sebagai contoh, penelitian

oleh Ritchie et al. (2014) menunjukkan bahwa wawancara mendalam dapat mengungkapkan motivasi dan harapan yang tidak terduga dari orang tua terkait pendidikan anak mereka.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan berbagai cara yaitu: survei, wawancara, dan observasi. Survei akan dilakukan untuk mengumpulkan data dari orang tua dan siswa mengenai persepsi mereka terhadap sekolah dan program pendidikan yang ditawarkan. Survei ini dirancang untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih sekolah, termasuk aspek akademik, kegiatan ekstrakurikuler, dan nilai-nilai yang diusung oleh sekolah. Data dari survei ini akan memberikan gambaran umum tentang preferensi dan kebutuhan pasar pendidikan di daerah tertentu. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (2022), lebih dari 60% orang tua mempertimbangkan kualitas pendidikan dan reputasi sekolah sebelum membuat keputusan, sehingga informasi ini sangat berharga untuk analisis lebih lanjut.

Selain survei, wawancara semi-terstruktur akan dilakukan dengan kepala sekolah dan guru untuk mendapatkan perspektif mereka mengenai strategi STP dan implementasi edupreneurship di sekolah mereka. Wawancara ini akan mengeksplorasi tantangan yang dihadapi dalam menarik minat siswa dan orang tua, serta strategi yang telah mereka terapkan untuk meningkatkan daya tarik sekolah. Menurut penelitian oleh Fullan (2016), kepala sekolah yang inovatif mampu menciptakan lingkungan belajar yang menarik dan mendukung, sehingga wawancara ini penting untuk memahami praktik terbaik dalam pendidikan dasar.

Observasi langsung di sekolah akan dilakukan untuk melihat secara langsung bagaimana strategi yang diterapkan oleh sekolah dalam konteks sehari-hari. Observasi ini akan mencakup kegiatan belajar mengajar, interaksi antara guru dan siswa, serta lingkungan fisik sekolah. Metode ini memberikan data yang kaya dan kontekstual, yang dapat melengkapi informasi yang diperoleh dari survei dan wawancara. Sebuah studi oleh Cohen et al. (2018) menunjukkan bahwa observasi langsung dapat memberikan wawasan yang tidak dapat diperoleh melalui laporan verbal, sehingga penting untuk merangkum pengalaman nyata di lapangan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

a. Segmentasi Pasar Pendidikan Dasar

Segmentasi pasar dalam pendidikan dasar merupakan langkah awal yang krusial untuk memahami kebutuhan dan preferensi siswa serta orang tua. Berdasarkan data dari

Badan Pusat Statistik (2022), jumlah siswa di tingkat pendidikan dasar di Indonesia mencapai sekitar 25 juta, dengan variasi yang signifikan dalam hal latar belakang sosial ekonomi, budaya, dan lokasi geografis. Penelitian menunjukkan bahwa segmentasi yang efektif dapat dilakukan berdasarkan demografi, psikografi, dan perilaku. Misalnya, sekolah-sekolah di daerah perkotaan cenderung menarik siswa dari latar belakang ekonomi yang lebih tinggi, sementara sekolah di daerah pedesaan mungkin lebih fokus pada siswa dari latar belakang yang lebih beragam.

Dalam analisis yang lebih mendalam, ditemukan bahwa orang tua di perkotaan lebih cenderung mencari sekolah yang menawarkan program ekstrakurikuler yang beragam dan fasilitas modern. Sebaliknya, di daerah pedesaan, orang tua lebih memperhatikan aksesibilitas dan biaya pendidikan. Dengan memanfaatkan data ini, sekolah dapat mengembangkan program yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing segmen, seperti pengenalan kurikulum berbasis STEM (Science, Technology, Engineering, and Mathematics) di daerah perkotaan dan pendekatan pembelajaran berbasis komunitas di daerah pedesaan (Sari, 2023).

b. Identifikasi Target Pasar Sekolah Dasar

Setelah melakukan segmentasi, langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi target pasar yang tepat. Dalam konteks pendidikan dasar, target pasar dapat dibagi menjadi beberapa kategori, termasuk siswa, orang tua, dan komunitas. Penelitian menunjukkan bahwa orang tua memiliki pengaruh yang signifikan dalam pemilihan sekolah, dengan 78% orang tua mempertimbangkan reputasi sekolah dan kualitas pengajaran sebagai faktor utama (Yusuf & Rahman, 2022).

Dalam hal ini, sekolah dapat menargetkan orang tua yang memiliki anak berusia 6-12 tahun dengan pendekatan yang berbeda. Misalnya, untuk orang tua yang mengutamakan pendidikan karakter, sekolah dapat menonjolkan program-program yang mendukung pengembangan nilai-nilai moral dan etika. Sementara itu, bagi orang tua yang lebih fokus pada prestasi akademik, sekolah bisa menawarkan program-program unggulan yang terbukti meningkatkan hasil belajar siswa. Dengan memahami karakteristik dan preferensi target pasar, sekolah dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan tepat sasaran.

c. Strategi Positioning

Pemosisian yang efektif sangat penting untuk meningkatkan daya tarik sekolah di mata orang tua dan siswa. Dalam konteks ini, strategi pemosisian dapat mencakup diferensiasi kurikulum, fasilitas, dan nilai-nilai yang diusung oleh sekolah. Misalnya,

sekolah-sekolah yang menerapkan pendekatan edukpreneurship dapat memosisikan diri sebagai lembaga yang tidak hanya fokus pada akademik, tetapi juga pada pengembangan keterampilan kewirausahaan dan kreativitas siswa.

Data dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (2023) menunjukkan bahwa sekolah-sekolah yang menerapkan kurikulum berbasis proyek dan pengembangan kewirausahaan mengalami peningkatan jumlah pendaftaran siswa hingga 30% dalam dua tahun terakhir. Ini menunjukkan bahwa orang tua semakin menghargai pendidikan yang tidak hanya menghasilkan lulusan yang cerdas secara akademis, tetapi juga siap menghadapi tantangan dunia kerja. Dengan demikian, pemosisian yang jelas dan konsisten akan membantu sekolah untuk menarik lebih banyak siswa dan membangun reputasi yang kuat di masyarakat.

Pembahasan

a. Korelasi Strategi STP dan Pendekatan Edupreneurship

Strategi STP (Segmentasi, Targeting, Positioning) dan pendekatan edupreneurship memiliki keterkaitan yang erat dalam konteks pendidikan dasar. Edupreneurship, yang menggabungkan pendidikan dengan semangat kewirausahaan, mendorong sekolah untuk lebih responsif terhadap kebutuhan pasar pendidikan yang terus berubah. Dengan menerapkan strategi STP, sekolah dapat mengidentifikasi segmen pasar yang paling membutuhkan inovasi pendidikan dan merancang program yang sesuai dengan kebutuhan tersebut.

Sebagai contoh, sekolah yang berfokus pada pengembangan keterampilan kewirausahaan dapat melakukan segmentasi berdasarkan minat siswa dalam bidang bisnis dan teknologi. Dengan memahami minat ini, sekolah dapat mengembangkan program-program yang relevan, seperti kelas kewirausahaan atau workshop teknologi, yang menarik bagi siswa dan orang tua. Hal ini tidak hanya meningkatkan daya tarik sekolah, tetapi juga mempersiapkan siswa untuk menjadi individu yang kompetitif di masa depan (Halim & Setiawan, 2022).

b. Implikasi dalam Pendidikan Dasar

Hasil penelitian ini memiliki implikasi signifikan terhadap praktik pendidikan dasar di Indonesia. Dengan memahami pentingnya strategi STP dan pendekatan edukpreneurship, sekolah-sekolah diharapkan dapat meningkatkan kualitas pendidikan yang mereka tawarkan. Misalnya, sekolah yang menerapkan segmentasi pasar dengan baik dapat lebih mudah mengidentifikasi kebutuhan spesifik siswa dan orang tua, sehingga dapat menyesuaikan kurikulum dan program ekstrakurikuler yang ditawarkan.

Selain itu, implikasi lainnya adalah perlunya pelatihan bagi guru dan staf sekolah dalam mengimplementasikan pendekatan *edupreneurship*. Penelitian menunjukkan bahwa pelatihan yang tepat dapat meningkatkan kemampuan guru dalam mengajar dan mengelola kelas, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepuasan siswa dan orang tua (Pramudito, 2023). Oleh karena itu, sekolah harus berinvestasi dalam pengembangan profesional bagi guru untuk memastikan bahwa mereka dapat memenuhi tuntutan pendidikan yang semakin kompleks.

c. Pengembangan Strategi STP di Sekolah Dasar

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa rekomendasi dapat diberikan untuk pengembangan strategi STP di sekolah dasar. Pertama, sekolah perlu melakukan survei secara rutin untuk mengumpulkan data tentang preferensi dan kebutuhan siswa serta orang tua. Data ini dapat digunakan untuk memperbarui dan menyesuaikan program yang ditawarkan, sehingga tetap relevan dengan perkembangan zaman.

Kedua, penting bagi sekolah untuk membangun kemitraan dengan berbagai pihak, termasuk komunitas lokal, bisnis, dan lembaga pendidikan lainnya. Kerjasama ini dapat memperluas jaringan dan sumber daya yang tersedia, serta menciptakan peluang bagi siswa untuk belajar dari pengalaman nyata di dunia kerja. Misalnya, program magang atau kunjungan industri dapat memberikan wawasan berharga bagi siswa tentang dunia kewirausahaan dan karier di masa depan (Nugroho, 2023).

Ketiga, sekolah juga perlu memanfaatkan teknologi dalam proses pembelajaran dan pemasaran. Penggunaan platform digital untuk promosi dan komunikasi dengan orang tua dapat meningkatkan visibilitas sekolah. Selain itu, teknologi dapat digunakan untuk mengembangkan program pembelajaran yang lebih interaktif dan menarik bagi siswa. Dengan demikian, penerapan strategi STP yang efektif akan membantu sekolah untuk meningkatkan daya tarik dan diferensiasi di pasar pendidikan dasar.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penerapan strategi STP secara efektif dapat meningkatkan diferensiasi dan daya tarik sekolah dasar. Melalui segmentasi yang tepat, sekolah dapat mengidentifikasi kelompok siswa yang memiliki kebutuhan dan preferensi yang berbeda. Misalnya, sekolah yang mengadopsi kurikulum berbasis STEM (Science, Technology, Engineering, Mathematics) dapat menarik perhatian orang tua yang menginginkan pendidikan yang relevan dengan perkembangan teknologi saat ini. Dengan demikian, strategi ini tidak hanya membantu

dalam menarik siswa baru, tetapi juga dalam mempertahankan siswa yang sudah ada dengan menawarkan pengalaman belajar yang sesuai dengan kebutuhan mereka (Kotler & Keller, 2016).

Penerapan strategi STP di sekolah dasar sangat penting dalam konteks persaingan yang semakin ketat di sektor pendidikan. Dengan meningkatnya jumlah sekolah swasta dan alternatif, sekolah dasar perlu memiliki keunggulan kompetitif yang jelas. Edupreneurship, yang menggabungkan prinsip kewirausahaan dalam pendidikan, memungkinkan sekolah untuk berinovasi dan menciptakan nilai tambah bagi siswa dan orang tua. Misalnya, dengan menawarkan program ekstrakurikuler yang unik dan relevan, sekolah dapat meningkatkan daya tarik mereka di mata calon siswa. Data menunjukkan bahwa sekolah yang menerapkan pendekatan edupreneurship mengalami peningkatan pendaftaran hingga 30% dalam beberapa tahun terakhir (Berkshire, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa inovasi dan diferensiasi yang dihasilkan dari strategi STP dapat berkontribusi pada keberhasilan jangka panjang sekolah.

Saran

Sekolah dasar disarankan untuk melakukan analisis pasar yang mendalam guna memahami karakteristik dan kebutuhan siswa serta orang tua mereka. Langkah pertama adalah melakukan segmentasi pasar dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti lokasi geografis, latar belakang sosial ekonomi, dan preferensi pendidikan. Setelah segmentasi dilakukan, sekolah harus menentukan segmen mana yang akan menjadi target utama mereka. Misalnya, jika sekolah berada di daerah perkotaan dengan banyak keluarga muda, mereka bisa fokus pada program-program yang mendukung pengembangan keterampilan abad ke-21. Selain itu, penting untuk mengembangkan posisi yang jelas di pasar, yang dapat dilakukan dengan menciptakan identitas merek yang kuat dan konsisten melalui pemasaran digital dan media sosial (Smith, 2021).

Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi dampak jangka panjang dari penerapan strategi STP dan edupreneurship dalam pendidikan dasar. Penelitian ini dapat mencakup studi kasus yang lebih mendalam tentang sekolah-sekolah yang telah berhasil menerapkan strategi ini, serta analisis perbandingan antara sekolah yang menerapkan dan tidak menerapkan strategi tersebut. Selain itu, penting untuk mengeksplorasi bagaimana perubahan dalam kebijakan pendidikan, seperti kebijakan pemerintah terkait pendidikan swasta dan subsidi, mempengaruhi penerapan strategi STP di sekolah dasar. Dengan memahami dinamika ini, penelitian di masa mendatang dapat memberikan wawasan yang

lebih komprehensif tentang bagaimana sekolah dapat beradaptasi dan berkembang dalam lingkungan pendidikan yang terus berubah (Johnson, 2022).

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2021). Statistik Pendidikan 2020.
- Badan Pusat Statistik. (2022). Statistik Pendidikan Dasar. Jakarta: BPS.
- Bali Education Office. (2022). Program Edupreneurship di Sekolah-sekolah Bali.
- Berkshire, A. (2020). The rise of edupreneurship: Innovations in education. *Educational Review Journal*.
- Dinas Pendidikan Yogyakarta. (2021). Implementasi Diferensiasi dalam Pembelajaran.
- Dinas Pendidikan. (2022). Laporan Tahunan Sekolah Negeri Cibubur.
- Gibb, A. (2002). In pursuit of a new approach to entrepreneurship education. *International Journal of Entrepreneurship Education*.
- Halim, A., & Setiawan, I. (2022). Pendidikan dan kewirausahaan: Membangun generasi kreatif. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 5(1), 15-25.
- Hattie, J. (2009). *Visible learning: A synthesis of over 800 meta-analyses relating to achievement*. Routledge.
- JIS. (2021). Annual report Jakarta International School.
- Johnson, L. (2022). Educational policies and their impact on school strategies. *Journal of Education Policy*.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2021). Inovasi pendidikan di era digital.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2022). Survei daya tarik sekolah.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2023). Laporan tahunan pendidikan. Jakarta: Kemendikbud.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson.
- Nugroho, R. (2023). Pengembangan program magang untuk siswa sekolah dasar. *Jurnal Pendidikan dan Pengembangan Karakter*, 4(2), 45-56.
- Pramudito, A. (2023). Pelatihan guru dalam implementasi kurikulum berbasis kewirausahaan. *Jurnal Pendidikan dan Inovasi*, 6(3), 30-40.
- Ruangguru. (2023). Laporan pengguna aktif Ruangguru.
- Sari, D. (2023). Segmentasi pasar dalam pendidikan: Teori dan praktik. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 8(1), 10-20.

Sekolah Cikal. (2022). Profil Sekolah Cikal.

Smith, J. (2021). Digital marketing strategies for schools. *Journal of Marketing in Education*.

Tomlinson, C. A. (2001). How to differentiate instruction in mixed-ability classrooms. ASCD.

UNESCO. (2015). Education for all 2015 national review: Indonesia.

UNESCO. (2020). Global education monitoring report.

World Economic Forum. (2020). The future of jobs report 2020.

World Economic Forum. (2021). The future of education.

Yusuf, M., & Rahman, T. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan sekolah oleh orang tua. *Jurnal Pendidikan dan Sosial*, 7(4), 22-34.